



**PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR MEREK HONDA
(Studi pada Dealer Honda Muncul Jaya Motor Jepara)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muria Kudus

Diajukan Oleh :

WINDI ASTIKO

NIM. 2012-11-043

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2015**

**PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR MEREK HONDA
(Studi pada Dealer Honda Muncul Jaya Motor Jepara)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus, 2015

Mengetahui,

Ketua ProgDi

Pembimbing I

NOOR AZIS, SE, MM

NIS. 0610701000001179

Dra. Hj. PANCA WINAHYUNINGSIH, MM

NIS. 0610702010101022

Mengetahui,

Dekan

Pembimbing II

Dr. H. MOCHAMAD EDRIS, Drs, MM

NIS. 0610702010101021

Hj. FITRI NUGRAHENI, SE, MM

NIS. 0610701000001196

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

1. Janganlah kamu bersikap lemah dan jangan (pula) kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang-orang yang beriman (Q.S. Ali Imron : 39)
2. Sesungguhnya ALLAH tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kemampuannya (Q.S. AL Baqarah : 286)
3. Sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan (Q.S. AL Insyirah:6)

PERSEMBAHAN :

1. Istri : Ani Neta Fiyanti
2. Anak ke 1 : Ilhami Rizqy Romadzoni Astiko
3. Anak ke 2 : Asyam Raihan Astiko
4. Teman-teman
5. Almamater UMK

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat ALLAH SWT, yang telah melimpahkan Rahmat, Taufiq, Hidayah dan Inayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK HONDA (Studi pada Dealer Honda Muncul Jaya Motor Jepara)** . Tujuan penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus. Penulis menyadari dengan sepenuhnya bahwa skripsi ini dapat terselesaikan atas dukungan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang memberi ijin penelitian.
2. Ibu Dra. Hj. Panca Winahyuningsih, MM, selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu guna membimbing dan mengarahkan penulis sehingga mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini.
3. Ibu Hj. Fitri Nugraheni, SE, MM, selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu guna membimbing dan mengarahkan penulis sehingga mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan bekal ilmu kepada penulis.
5. Karyawan tata usaha Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak membantu hingga tersusunnya penulisan skripsi ini.

6. Mr. J Tanimoto dan Bapak Bambang Wijanarko, selaku pimpinan saya yang telah memberikan ijin, dukungan serta semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak Praba Dwi Yunata, selaku pimpinan Dealer Muncul Jaya Motor Jepara yang telah memberikan ijin penelitian.
8. Istri dan anak-anakku yang telah memberikan dukungan dan semangat.
9. Teman-teman terima kasih atas semangat dan *sharing* selama penelitian hingga penulisan skripsi.
10. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terimakasih atas bantuannya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan karena keterbatasan dan kendala yang dihadapi. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk penyempurnaan pada skripsi ini sehingga dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Kudus, Pebruari 2015

Penulis

ABSTRAK

PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK HONDA (Studi pada Dealer Honda Muncul Jaya Motor Jepara)

**Windi Astiko
NIM. 2012.11.043**

Pembimbing 1. Dra. Hj. Panca Winahyuningsih, MM
2. Hj. Fitri Nugraheni, SE, MM

Honda merupakan produk sepeda motor keluaran dari Astra Honda Motor yang mempunyai purna jual yang tinggi di masyarakat, namun seiring dengan berkembangnya persaingan merek sepeda motor lain saat ini dengan pesaing-pesaing yang banyak memunculkan berbagai model yang bersaing, sehingga persaingan sepeda motor semakin ketat. Alasan lain yang pemilihan judul adalah di pulau jawa ada pameo bahwa motor identik dengan honda.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif. Variabel bebas (variabel independen) terdiri dari Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, Kepercayaan, Sikap. Variabel terikat (variabel dependen) adalah Keputusan pembelian . Populasi sebanyak 270 orang , sampel dengan rumus slovin sebanyak 73 responden. Jenis dan sumber data adalah data primer dan data sekunder, Metode Pengumpulan Data Kuesioner, dan wawancara. Uji Instrumen Data meliputi uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Metode Analisis Data menggunakan analisis Deskriptif, Analisis Kuantitatif dengan analisis Regresi Linier Berganda, pengujian Hipotesis, Uji t (Parsial), Uji F (Simultan), Determinasi. Hasil analisis menyimpulkan Motivasi, persepsi, pembelajaran, kepercayaan, dan sikap berpengaruh terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun berganda dengan $Sig < 0,05$.

Kata Kunci : Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, Kepercayaan, Sikap, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF PSYCHOLOGICAL FACTORS
AGAINST THE DECISION OF THE PURCHASE
THE HONDA BRAND MOTORCYCLE**
(Study on the Honda Dealers Appear Jaya Motor Jepara)

Windi Astiko
NIM. 2012.11.043

The supervisor 1. Dra. Hj. Panca Winahyuningsih, MM
2. Fitri Nugraheni Hj., SE, MM

Honda motorcycle output is a product from Astra Honda Motor, which has a high sales in the community, but along with the development of other motorcycle brands competition currently with many rivals gave rise to a variety of competing models, so that competition motorcycles is getting tight. Another reason that the election was a title in Java there is a slogan that is synonymous with honda motor.

*The type of research conducted is a quantitative research. Free variables (independent variable) consists of Learning, perception, Motivation, confidence, attitude. Bound variable (the dependent variable) is the purchasing decision. Population of 270 people, the sample slovin formula as much as 73 respondents. Types and sources of data are the primary data and secondary data, method of Data collection Questionnaires, and interviews. Test Instrument Data include test validity and Reliability Tests. Methods of Data analysis using Descriptive analysis, quantitative analysis with the LinierBerganda regression analysis, hypothesis testing, test *t* (Partial), *F* (Simultaneous) Tests, Determination. Results of the analysis concluded the learning, perception, Motivation, beliefs, and attitudes influence on purchase decisions either by partial or double with Sig < 0.05.*

Keywords: *Motivation, Trust, Learning, Perception, Attitudes, Purchasing Decisions.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Ruang Lingkup	3
1.3 Perumusan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Kegunaan Penelitian	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Perilaku Konsumen.....	6
2.2. Faktor Psikologis	8
2.2.1. Motivasi	8
2.2.2. Persepsi	11
2.2.3. Pembelajaran	17

	Halaman
2.2.4. Kepercayaan	20
2.2.5. Sikap	22
2.3. Proses Keputusan Pembelian	25
2.4. Tinjauan Penelitian Terdahulu	30
2.5. Kerangka Pemikiran	33
2.6. Hipotesis	34
BAB. III. METODE PENELITIAN	35
3.1. Jenis Penelitian	35
3.2. Variabel Penelitian	35
3.2.1. Macam Variabel	35
3.2.2. Definisi Operasional Variabel	36
3.3. Populasi dan Sampel	37
3.4. Jenis dan Sumber Data	39
3.5. Pengumpulan Data	39
3.7. Uji Instrumen Data	40
3.7.1. Uji Validitas	40
3.7.2. Uji Reliabilitas	44
3.8. Pengolahan Data	45
3.9. Analisis Data	46
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	50
4.1.1. Profil Dealer Honda Muncul Jaya Motor Jepara.	50
4.1.2. Visi dan Misi	50

	Halaman
4.1.3. Struktur Organisasi	51
4.2. Penyajian Data	51
4.2.1. Karakteristik Responden.....	51
4.2.2. Frekuensi Data Variabel	54
4.3. Analisis Data	63
4.3.1. Hasil Analisa Regresi Linier Berganda	63
4.3.2. Hasil Pengujian Parsial (Uji t)	65
4.3.3. Hasil Pengujian Berganda (Uji F)	68
4.3.4. i Koefisien Determinasi (Adj <i>R Square</i>)	69
4.4. Pembahasan	70
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1. Kesimpulan	71
5.2. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu	30
3.1. Definisi Operasional Penelitian dan Indikatornya	36
3.2. Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Motivasi	41
3.3. Hasil Uji Validitas Kuesioner Persepsi	41
3.4. Hasil Uji Validitas Kuesioner Pembelajaran	42
3.5. Hasil Uji Validitas Kuesioner Kepercayaan	42
3.6. Hasil Uji Validitas Kuesioner Sikap	43
3.7. Hasil Uji Validitas Kuesioner Keputusan Pembelian	43
3.8. Hasil Analisis Reliabilitas	45
4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
4.4. Jawaban Responden tentang Variabel Motivasi	54
4.5. Jawaban Responden tentang Variabel Persepsi	56
4.6. Jawaban Responden tentang Variabel Pembelajaran	57
4.7. Jawaban Responden tentang Variabel Kepercayaan	59
4.8. Jawaban Responden tentang Variabel Sikap	60
4.9. Jawaban Responden tentang Variabel Keputusan Pembelian	62
4.10. Hasil Analisis Regresi Berganda	63
4.11. Hasil Uji t	66

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis	33
4.1. Struktur Organisasi	51
4.2. Kerangka Implementasi Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda (Studi Pada Dealer Honda Muncul Jaya Motor Jepara).....	71

